

**ANALISIS TATANIAGA SAYUR HIDROPONIK PADA  
KOPERASI MAJU BERSAMA SUKSES BERSAMA DI KOTA  
PADANG**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**RISKA ANDRIANI**

**1410221038**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Pembimbing I : Ir. Yusri Usman, MS**

**Pembimbing II : Ir. Zelfi Zakir, MSi**



**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2019**

# **ANALISIS TATANIAGA SAYUR HIDROPONIK PADA KOPERASI MAJU BERSAMA SUKSES BERSAMA DI KOTA PADANG**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tataniaga sayur hidroponik di Kota Padang yang meliputi saluran tataniaga dan fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing – masing lembaga tataniaga. Dan menganalisis margin tataniaga, bagian yang diterima oleh petani dan lembaga tataniaga yang terkait dan efisiensi saluran tataniaga sayur hidroponik di Kota Padang. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan jumlah petani sampel 18 orang petani, 1 orang pedagang pengumpul dan 1 orang pedagang pengecer. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat III pola saluran tataniaga, yaitu: Pola I : petani – konsumen akhir, Pola II : petani – pedagang pengecer – konsumen akhir, dan pola III : petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir. Berdasarkan analisis margin tataniaga diperoleh margin pada pola I sebesar Rp 0/Kg, pada pola II sebesar Rp 7.403,00/Kg, dan pada pola III sebesar Rp 21.236,00/Kg. Berdasarkan keuntungan yang diterima dan keuntungan yang seharusnya diterima oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, pola I efisien karena keuntungan yang diterima sama dengan keuntungan yang seharusnya diterima oleh petani yaitu sebesar Rp 32.138,37/Kg, untuk pola II keuntungan yang diterima petani Rp 27.546,23/Kg tidak sama dengan keuntungan yang seharusnya diterima petani yaitu sebesar Rp 30.210,48/Kg jadi pola II tidak efisien dan untuk pola III keuntungan yang diterima petani Rp 28.369,08/Kg tidak sama dengan keuntungan yang seharusnya diterima petani yaitu sebesar Rp 35.003,42/Kg jadi pola III tidak efisien.

Kata kunci : *Tataniaga, Margin, Efisiensi, Sayur Hidroponik*

# **MARKETING ANALYSIS OF HYDROPONIC VEGETABLES ON MAJU BERSAMA SUKSES BERSAMA COOPERATIVE IN PADANG**

## **ABSTRACT**

The aims of this study are to describe the marketing system of hydroponic vegetables in Padang that includes the marketing channel and marketing functions of – each marketing agencies – as well as to analysis of marketing margin, marketing share earned by agencies involved and marketing efficiency. The research used 18 farmers, 1 wholesaler and 1 retailer. The research finds that there were 3 marketing channels on hydroponic vegetables in Padang which are: 1) channel 1: farmer – final consumers; 2) channel 2: farmer – wholesaler – final consumers, and; 3) channel 3: farmer – wholesaler – retailer – final consumers. Moreover, the marketing margin of each channels respectively were Rp 0/Kg, Rp 7.403/Kg and Rp 21.236/Kg. Furthermore the efficiency analysis show that. The first channel was efficiency because the earned profit was aqual to expected profit that should be earned by the farmer, which was Rp 32.138,37/Kg. Meanwhile the second and the third channels were not efficient because the earned profit was less than expected profit which were the earned and expected profits of channel 1 were Rp 27.546,23/Kg, and Rp 30.210,48/Kg respectively and channel 3 respectively were Rp 28.369,08/Kg and Rp 35.003,42/Kg.

Keywords: marketing, margin, efficiency, hydroponic vegetable

